

CYBERDAKWAH SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF DAKWAH

Aris Saefulloh

IAIN Sultan Amai, Jl. Gelatik No. 1 Gorontalo,
arissaefulloh@yahoo.com

Abstract: The history of Muslims in different part of the world has shown that the religion of Islam is disseminated through various form of dakwah ranging from music, rites, and even dance. The medium of dakwah has always changed depending on the nature and character of the society in which Islam is propagated. In Indonesia for example, the Javanese music called Gamelan was used by the Nine-saints to carry out their dakwah activities. This paper tries to discuss this. It is aimed at answering the question of what is the extent to which the medium of dakwah is being used in a particular propagation activity, and what would be the implication on the dissemination of Islam in using this medium. The paper is particularly interested in investigating what it calls the cyberdakwah, namely dakwah by means of modern technology such as the internet and the like. It asks, what are the positive and negative implications of this way of dakwah for Islam and community at large? As the paper tries to come up with the answer for the question, it keeps in mind the fact that the cyberdakwah reflects the adaptive ability of the Muslims in carrying out their dakwah activities.

Keywords: Medium of dakwah, cyberspace, cyberdakwah.

Pendahuluan

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang saat ini, telah menciptakan perubahan pada banyak hal. Terlebih dengan kehadiran internet, berbagai keunggulannya semakin menambah deretan perkembangan dalam dinamika kehidupan modern. Ratusan juta manusia di seluruh dunia mengakses internet setiap harinya, dan jumlahnya terus bertambah dari waktu ke waktu¹. Batas-batas negara

¹ Menurut data yang dikeluarkan oleh internet world stats, berdasarkan data terakhir yang didapat per tanggal 31 Desember 2011 total pengguna internet itu sekitar 2.267.233.742 (2.2 miliar lebih). Berdasarkan geografis, posisi pengguna terbesar pertama berada di benua Asia, yaitu sebesar 1.016.799.076 pengguna. Posisi kedua ditempati oleh benua Eropa dengan 500,723,686 pengguna. Posisi ketiga ditempati

pun memudar. Kini, tiap-tiap orang dapat bercakap-cakap secara langsung (*face to face*) dengan orang lain di belahan dunia mana pun dengan biaya yang sangat murah, tanpa harus berjumpa, hanya cukup dengan mengakses internet. Ratusan juta *website*² yang menyediakan berbagai macam informasi eksis di dunia maya. Dengan realitas tersebut, maka akan mudah mengakses informasi apapun yang dikehendaki. Mulai dari mengakses berita, ilmu pengetahuan, hingga berbelanja semuanya bisa dilakukan melalui media ini. Semuanya tersedia, bahkan hal-hal yang semula sangat “tabu” untuk dibicarakan, maka dalam dunia internet semua menjadi sesuatu yang biasa-biasa saja.

Dalam literatur ilmu sosial (dan komunikasi), perkembangan (industri) media seringkali dikaitkan dengan perkembangan masyarakat informasi. Dalam konteks masyarakat seperti ini, media memiliki peran yang signifikan, karena menjadi sarana komunikasi efektif antarsubjek. Keberadaannya menjadi medium yang menjembatani proses komunikasi seluruh anggota masyarakat. Media ditempatkan pada posisi yang strategis, bahkan menjadi bagian kebutuhan (primer) yang tidak terbantahkan dalam kehidupan bermasyarakat.

Dalam praktiknya media masuk dan memiliki relasi dengan setiap lini kehidupan, seperti: politik, ekonomi, sosial, budaya, dan lain sebagainya, termasuk dalam gerakan dakwah. Media dalam aktivitas dakwah memang menjadi salah satu bagian yang tidak terpisahkan dalam keberhasilan dakwah. Dakwah merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan untuk memberikan pemahaman ajaran (agama Islam), sehingga pemeluknya dapat mengaktualisasikan ajaran agama dalam kehidupan masyarakat. Esensi dakwah adalah bagaimana pesan yang disampaikan bukan hanya diterima, namun dipahami dan diaktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah bukan hanya sekadar menginformasikan ajaran agama (Islam), namun juga bagaimana pemaknaan itu tercipta bagi objek

oleh masyarakat di Amerika Utara, yakni sekitar 273.067.546 pengguna. Sisa pengguna lainnya adalah masyarakat di daerah Amerika Latin, Benua Afrika, dan yang terakhir Australia. Lihat www.vibizportal.com (11 April 2012).

² Data dari Netcraft atas survei server, total web hoster hingga Januari 2009 mencapai 185.497.213 website, mengalami kenaikan 19,50 % dari bulan Januari 2008 yang berjumlah 155.230.051 website, atau naik 30.267.162 website dalam satu tahun. Saat ini jumlahnya telah mencapai 350 juta. Lihat *ibid*.

sasaran dakwah. Walaupun disatukan oleh sumber agama yang sama, al-Qur'ân dan Ḥadīth, namun baik pemahaman dan sudut pandang yang berbeda akan menghasilkan pemaknaan yang berbeda pula. Hasilnya kelompok tertentu memandang salat Subuh harus menggunakan *qunūt*, sementara kelompok lain tidak perlu. Kelompok tertentu memandang salat Tarawih adalah 8 rakaat, namun tidak dengan kelompok lain yang memaknainya dengan 20 rakaat.

Bila dilihat dari studi komunikasi, maka realitas tersebut dapat pula disandarkan pada pemikiran John Fiske, di mana komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna yang berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks itu berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna, dan ini berkenaan dengan peran teks dalam kebudayaan kita, yang disebut sebagai *mazhab semiotika*.³ Dengan demikian dakwah dapat dipahami bukan hanya sebatas mentransfer informasi (pesan), namun juga pemaknaan akan pesan yang disampaikan dalam dakwah, sehingga aktualisasi yang dihasilkan adalah bentuk implikasi dari pemaknaan tersebut.

Beralihnya masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern⁴, menumbuhkan wacana-wacana modernitas dalam setiap lini kehidupan. Semua aspek berlomba-lomba untuk menjadi modern sebagai bentuk apresiasi “melek” teknologi, sehingga bisa menjadi seseorang atau kelompok adaptif dengan peradaban modern. Demikian pula dalam gerakan dakwah, seolah tergugah untuk turut memanfaatkan (bila tidak mau disebut dengan “demam”) media atau teknologi modern seperti internet sebagai salah satu media dakwah. Bila penggunaan internet sebagai ruang imajinasi atau dunia maya dikenal dengan istilah *cyberspace*,⁵ yang kemudian setelah merambah

³ John Fiske membagi studi komunikasi dalam dua mazhab, yaitu: *pertama*, apa yang disebutnya sebagai *mazhab proses*, yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, yang cenderung memusatkan kajiannya pada tindakan komunikasi, dan yang *kedua* apa yang disebutnya sebagai *mazhab semiotika*, yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna, dan cenderung memusatkan kajiannya pada karya komunikasi. Lihat John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, terj. Yosol Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 8-10.

⁴ Peralihannya ditandai dengan peningkatan teknologi dan informasi, serta pemanfaatannya dalam berbagai bidang kehidupan. Kebutuhan manusia tersedia secara mondial dan instan.

⁵ Istilah *cyberspace* dikenalkan oleh William Gibson pada tahun 1984 dalam buku (novel)nya *Neuromancer*. Sebagaimana dikutip Antariksa, Gibson mengungkapkan bahwa *cyberspace* adalah “pemandangan yang dihasilkan oleh komputer-komputer

dalam wilayah ekonomi, sosial politik dan budaya dikenal istilah *cyberculture*, maka pemanfaatan internet dalam gerakan dakwah dapat pula disebut sebagai *cyberdakwah*.

Penggunaan istilah *cyberdakwah* memang tergolong dalam istilah baru dalam dunia dakwah. Bagi sebagian yang lain, *cyberdakwah* diistilahkan dengan dakwah digital, dakwah virtual, dakwah *cyber*, atau istilah sejenis lainnya. Apapun istilah yang dipergunakan, pada hakikatnya memiliki esensi yang sama, yaitu memanfaatkan internet sebagai ruang untuk berkreasi, menuliskan imajinasi, gagasan, informasi, atau gerakan dakwah. Kehadiran *cyberdakwah* dalam ruang virtual tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah semangat untuk membangun dinamika dakwah. Bila dahulu kajian keislaman didapat dari ceramah-ceramah, atau even-even yang terbatas, maka melalui internet kajian keislaman dapat diakses dengan mudah kapanpun dan di manapun sepanjang tersedia akses internet.

Hakikat Dakwah

Bagi masyarakat awam, dakwah sering dipahami sebagai sebuah penyampaian informasi (pengetahuan) keagamaan yang biasanya dilakukan dengan oral (ceramah, dialog, diskusi, khutbah) dari seseorang yang memiliki kemampuan dan pengetahuan agama yang lebih (kiai, mubaligh, dai) kepada masyarakat luas (umat atau *mad'u*), sebagai salah satu bentuk ibadah baik bagi yang menyampaikan ataupun yang mendengarkan. Padahal penyampaian dakwah secara oral tersebut hanya merupakan salah satu media dalam berdakwah. Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai macam media baik lisan, tulisan, ataupun perbuatan dan tentunya dengan berbagai ragam media serta pendekatan. Inilah yang dalam kajian ilmu dakwah kemudian dikenal istilah *da'wah bi al-hâl*, *da'wah bi al-lisân*, *da'wah bi al-mâl*, *da'wah bi al-qalam* dan sebagainya.

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab *da'â-yad'u-da'wah* yang artinya menyeru, memanggil, mengajak, dan mengundang.⁶ Seseorang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut

yang ditancapkan langsung ke dalam soket-soket yang ditanamkan di otak”. Lihat KUNCI, No. 2 (September, 1999). Lihat juga <http://kunci.or.id/esai/nws/02/cyberculture.htm>; Mark Slouka, *Ruang yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*, terj. Zulfahmi Andri (Bandung: Mizan, 1999), 14.

⁶ Ahmad Warson Munawir, *Kamus Arab Indonesia* (Yogyakarta: al-Munawwir, 1984), 439. Kata *da'â*, *yad'u*, *da'wah* diterjemahkan dengan seruan, ajakan, dan panggilan. Lihat juga Tim Penyusun Ensiklopedi Islam Depag RI, *Ensiklopedi Islam I* (Jakarta:

dikenal dengan panggilan *da'ī*, ustaz, kiai, ulama atau istilah lainnya yang berarti orang yang menyeru. Sementara orang yang menerima, atau mendengarkan seruan tersebut disebut dengan *mad'u*, *jamâ'ah*, *audien*, umat, atau istilah lainnya. Arti secara etimologis ini biasanya digunakan dalam arti untuk menyeru atau mengajak kepada kebaikan. Allah berfirman dalam surah al-Baqarah ayat 221⁷ yang artinya: "Allah mengajak kepada kebaikan menuju surga dan ampunan dengan izin-Nya. Dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintah-perintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran".⁸ Bila dilihat dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, maka dakwah akan diartikan sebagai: 1) penyiaran, propaganda; 2) penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.⁹

Sementara secara terminologis, dakwah telah banyak diterjemahkan. Syekh Muhammad Khidr Husain, misalnya, mengatakan bahwa dakwah adalah upaya untuk memotivasi orang agar berbuat baik dan mengikuti petunjuk, dan melakukan *amr ma'rûf nahy munkar* dengan tujuan mendapatkan kesuksesan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.¹⁰ Dengan bahasa yang hampir sama Shaykh 'Alî Mahfûz mengungkapkan bahwa dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk, menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.¹¹ M. Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.¹² Kemudian Muhammad Natsir mengatakan bahwa dakwah adalah usaha-usaha

CV. Anda Utama, 1993), 231; Tim Penyusun Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedi Islam I ABA-FAR* (Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996), 280.

⁷ al-Qur'ân, 2: 221.

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Toha Putra, 1989), 54.

⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 232.

¹⁰ Syekh Muhammad Khidr Husain, *Ilmu Dakwah*, terj. Moh. Ali Azis (Jakarta: Kencana, 2004), 4.

¹¹ Shaykh 'Alî Mahfûz, *Hidâyat al-Murshidin ilâ Turuq al-Wa'z wa al-Khiṭâbât* (Beirut: Dâr al-Ma'ârif, t.th.), 17.

¹² M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 1994), 194.

menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi *amar ma'rûf nabi munkar*, dengan berbagai ragam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengamalannya dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.¹³

Sementara itu Abdul Munir Mulkhan mendefinisikan dakwah dengan berbagai pengertian sebagai suatu kegiatan sosial, antara lain: *Pertama*, mendorong manusia agar melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh berbuat kebajikan dan meninggalkan kemungkaran agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. *Kedua*, menyerukan kepada seluruh manusia untuk kembali dan hidup di jalan Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik. *Ketiga*, mengubah umat kepada situasi yang lebih baik di setiap lini dan fase kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran Islam, baik bagi kehidupan individu, keluarga maupun masyarakat; dan *keempat*, menyampaikan panggilan Allah dan Rasul kepada apa yang membawa umat manusia menuju martabat, fungsi, dan tujuan hidupnya.¹⁴

Dari berbagai pendapat tentang dakwah tersebut, di samping masih banyak pendapat yang lain, setidaknya ada tiga unsur pokok dakwah, yaitu: 1) *al-tanjîh*, bahwa dakwah adalah memberikan tuntunan dan pedoman serta jalan hidup yang harus dijalankan maupun yang harus dihindari, 2) *al-taghyîr*, bahwa dakwah adalah meresolusi keadaan seseorang atau masyarakat menuju tatanan baru yang disandarkan pada nilai-nilai Islam, dan 3) *al-tarjîî*, bahwa dakwah memberikan pengharapan akan sesuatu nilai yang disampaikan. Artinya, bahwa apa yang menjadi materi dakwah merupakan kebutuhan (mendasar) bagi kehidupan manusia, baik dalam hubungannya dengan Sang Pencipta, maupun hubungannya sesama manusia.

Dengan demikian maka ruang lingkup dakwah menjadi sangat luas, dakwah bukan hanya sekadar aktivitas oral (ceramah) dari seorang kiai atau ustaz, namun dapat meliputi seluruh aspek dalam kehidupan masyarakat dengan berbagai cara, model, ataupun pendekatan. Dakwahpun dapat menjadi sebuah *tabshîr* (penyampaian

¹³ M. Natsir, *Fiqh al-Dakwah* (Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 1978), 17.

¹⁴ Abdul Munir Mulkhan, *Paradigma Intelektual Muslim* (Yogyakarta: Sippres, 1993), 100.

kabar gembira), juga dapat berupa *indhâr* (pemberian peringatan), atau *maw'izah* (pengajaran), *was'iyah* (wasiat), maupun *nasîhah* (nasihat). Konsep ini memiliki tujuan membangun sebuah insan dan masyarakat yang memiliki perilaku dan nilai-nilai keagamaan.

Kemajuan dan kemunduran kehidupan beragama, berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukan. Ketepatan dan keberhasilan dakwah akan dapat terwujud dengan baik, manakala unsur-unsur dakwah terpenuhi dengan baik. Dalam studi ilmu dakwah, unsur-unsur dakwah ini akan memandu khususnya bagi pelaksanaan dakwah untuk menentukan efesiensi dan efektivitas keberhasilan dakwah. Dengan memahami unsur-unsur dakwah ini, maka keberhasilan dakwah dapat terukur untuk dipahami. Adapun unsur-unsur dakwah tersebut antara lain: subjek dakwah, materi dakwah, metode dakwah, media dakwah, dan objek dakwah.¹⁵

Penguasaan materi yang dimiliki oleh dai/pendakwah ditambah dengan metode penyampaian serta ketepatan dalam memilih media akan menentukan “keberhasilan” dakwah yang dilakukan, sehingga tujuan perubahan ke arah yang lebih baik dapat terealisasi, yakni sebagai insan dalam masyarakat yang memegang teguh falsafah dan nilai-nilai keagamaan sebagai dasar pijakannya. Seiring dengan konteks globalisasi, maka gerakan dan muatan dakwahpun bersinergi dengan peradaban. Dakwah tidak hanya sekadar bersifat ceramah di masjid, namun disesuaikan dengan kebutuhan, situasi dan kesibukan

¹⁵ Wardi Bachtiar, *Metode Tulisan Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos, 1997), 31. Ada beberapa perbedaan dalam mengutarakan unsur-unsur dakwah. Abu Risman mengungkapkan bahwa unsur-unsur dakwah terdiri dari 7 (tujuh) unsur, yaitu: tujuan, materi/bahan, subjek/pelaku, objek/penerima, media/sarana, metode/cara, dan lingkungan. Lihat Abu Risman dalam Amrullah Ahmad (ed.), *Dakwah Islam dan Transformasi Sosial-Budaya* (Yogyakarta: Bidang Penerbitan PLP2M, 1985), 18-20. Sementara M. Quraish Shihab menyebutkan bahwa unsur dakwah terdiri dari: *dâ'î* (pemberi dakwah), *mad'u* (penerima dakwah), dakwah itu sendiri, metode dakwah, dan cara-cara penyampaiannya. Lihat M. Quraish Shihab, *Membumikan*, 193. Ace Partadiredja menyebutkan bahwa dalam setiap dakwah ada empat hal yang harus diperhatikan, yaitu: sasaran dakwah, *dâ'î*, media dakwah dan materi dakwah. Lihat Ace Partadiredja, “Dakwah Islam melalui Kebutuhan Pokok Manusia, Medium Lisan Cocok untuk Kelas Menengah”, dalam Amrullah Ahmad (ed.), *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Bidang Penerbitan PLP2M, 1985), 17. Demikian pula M. Natsir secara sederhana mengungkapkan bahwa faktor yang harus diperhatikan dalam proses dakwah, yaitu: manusia penyeru dan mempunyai dakwah (ustaz), penerima dakwah, isi dakwah, dan media dakwah. Lihat M. Natsir dalam Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah Episud Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir* (Yogyakarta: Sipress, 1996), 52.

masyarakat. Bentuk dan model dakwahpun terus berkembang mulai dari ceramah, diskusi, dialog, hingga dakwah yang bersifat hiburan seperti musik, sinetron, dan film. Dalam hal ini, muatan dan materi dakwah menjadi sangat plural, dan bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat. Artinya, materi dakwah sangat ditentukan oleh realitas dan kondisi masyarakat yang sedang berlangsung. Isu populer yang sedang berkembang dalam masyarakat, akan menjadi pilihan menarik dalam menentukan materi dakwah, ketimbang berisi antara surga dan neraka saja.

Dari pemaparan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan baik individu maupun kelompok agar terjadi perubahan yang lebih baik yang dilandasi atas dasar nilai-nilai agama (Islam). Perubahan tersebut menyangkut sikap hidup dan perilaku seseorang serta tatanan kehidupan masyarakat dalam semua aspek kehidupan. Media, model, dan pendekatan yang digunakan dapat sangat beragam dan terus berkembang sesuai dengan taraf kemajuan umat manusia.

Media Dakwah di Indonesia: dari Wayang hingga Facebook

Agama (Islam) dapat berkembang dengan pesat di Indonesia lantaran media yang digunakan oleh penyiar agama tersebut tepat dan digemari oleh masyarakat. Walisongo adalah pelopor gerakan dakwah dengan manajemen yang baik serta mampu memanfaatkan media yang ada sebagai sebuah gerakan dakwah. Dalam melakukan dakwah, Walisongo merupakan sebuah tim dengan manajemen dan kualifikasi keahlian masing-masing dan terbagi dalam wilayah tertentu. Sunan Kalijaga adalah pelopor penggunaan media yang tepat, dengan memanfaatkan budaya Hindu (agama mayoritas saat itu), yaitu wayang beber yang kemudian dimodifikasi dengan nilai-nilai Islam, sehingga melahirkan wayang kulit yang dijadikan sebagai media untuk mengenalkan *tawhîd* bagi masyarakat Jawa.¹⁶

¹⁶ Wali adalah orang yang dianggap mempunyai karisma dan sangat disegani oleh sebagian masyarakat Islam, sedangkan *songo* merupakan bahasa Jawa yang artinya sembilan. Jadi Walisongo adalah tokoh penyebar agama Islam di berbagai daerah di tanah Jawa yang berjumlah sembilan orang, antara lain: Maulana Malik Ibrahim (Sunan Gresik), Raden Rakhmat (Sunan Ampel), Maulana Makdum Ibrahim (Sunan Bonang), Muhammad 'Ainul Yaqin (Sunan Giri), Maulana Syarifudin (Sunan Drajat), Maulana Muhammad Syahid/Raden Syahid (Sunan Kalijaga), Maulana Ja'far Siddiq (Sunan Kudus), Raden Umar Sa'id (Sunan Muria), dan Maulana Syarif Hidayatullah (Sunan Gunung Djati). Lihat Alwi Shihab, *Islam Sufistik: Islam Pertama dan Pengaruhnya hingga Kini di Indonesia* (Bandung: Mizan, 2001), 23-24.

Wayang kulit akhirnya menjadi media yang efektif dalam mengembangkan agama, hingga akhirnya Islam dapat tersebar luas, hampir di seluruh pelosok Jawa tanpa ada resistensi yang berlebihan. Sampai saat ini, wayang kulit masih sering dipentaskan, namun esensinya lebih sekadar sebagai hasil atau karya seni-budaya. Walau demikian, wayang tetap mengandung banyak ajaran moral dan kebaikan dalam setiap lakonnya. Wayang tidak hanya dianggap sebagai tontonan semata, tetapi juga tuntunan. Hanya terkadang orang hanya melihatnya sebagai sebuah hiburan belaka.

Selain wayang kulit, Walisongo yang terdiri dari sembilan orang dengan keahlian masing-masing telah mengenalkan ragam pendekatan dalam berdakwah. Sunan Gresik (Maulana Malik Ibrahim) mendirikan pondok pesantren pertama di Indonesia sebagai tempat mempelajari agama, dan untuk menarik masyarakat yang mula-mula dilakukan adalah dengan mengajari masyarakat bagaimana cara bercocok tanam dengan baik.

Sunan Bonang dengan *Rebab* dan *Bonang*-nya serta *Suluk Wijil* dan *Tombo Ati*-nya; Sunan Drajat dengan *Gamelan Singomengkok* serta *Macapat Pangkur*; juga Sunan Kalijaga dengan *Wayang Kulit* serta *Lir-ilir* dan *Gundul-gundul Pacul*-nya ingin menggunakan seni dan budaya dalam menyebarkan ajaran agama Islam, yang terbukti sangat efektif dalam mempengaruhi “kepercayaan” masyarakat saat itu yang sebagian besar beragama Hindu dan Budha. Kitab *Primbon* yang merupakan hasil karya Sunan Bonang juga merupakan ekspresi kecerdasan Walisongo dalam membangun ideologi masyarakat saat itu. Kitab tersebut yang berisi tentang pandangan dan pemikiran yang mengajak kepada ketauhidan, menjauhi syirik, dan mengingkari kesesatan¹⁷ dijadikan sebagai panutan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat saat itu.

Sementara Sunan Ampel yang menikahi putri Adipati Tuban, Nyai Ageng Manila; atau Sunan Kudus yang sangat berperan dalam Kesultanan Demak, serta dengan Menara Kudusnya yang terkenal; atau juga Sunan Gunung Djati yang mampu membangun pondasi Kesultanan Cirebon, serta embrio bagi Kesultanan Banten melalui anaknya Maulana Hasanuddin adalah model dakwah yang dilakukan Walisongo dengan menggunakan jalur kekuasaan. Model dan media dakwah yang dilakukan Walisongo saat itu menunjukkan bahwa mereka sangat adaptif dengan situasi serta mampu memanfaatkan peluang

¹⁷ Ibid., 18.

dakwah dengan baik, sehingga dakwah senantiasa bersinergi dan diterima di hati masyarakat.

Bila gerakan dakwah disandarkan pada Nabi Muhammad sebagai pelopor dakwah Islam, beliau sudah melakukan pendekatan-pendekatan dan memanfaatkan media yang tepat pada masanya. Dengan kondisi masyarakat saat itu, Nabi Muhammad melakukan gerakan dakwah dengan pidato (*khutbah*) dengan membentuk kelompok kajian (*ḥalāqah*), di pasar, atau dengan mengunjungi rumah-rumah, memerintahkan sahabatnya berhijrah, mengirim utusan atau delegasi, menyurati raja-raja, *amīr-amīr* dan lainnya.¹⁸

Ali Mustofa Yaqub menjelaskan bahwa ada beberapa pola pendekatan dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad, yaitu: pendekatan personal (*al-manhaj al-sirrī*), pendekatan pendidikan (*al-manhaj al-ta'limī*), pendekatan penawaran (*al-manhaj al-arḍī*), pendekatan misi (*al-manhaj al-bi'thah*), pendekatan korespondensi (*al-manhaj al-mukātabah*), dan pendekatan diskusi (*al-manhaj al-mujādalah*).¹⁹ Pendekatan personal yaitu pendekatan yang dilakukan dengan bertatap muka orang per orang, dilakukan dengan sembunyi-sembunyi. Pola ini dilakukan pada awal-awal gerakan dakwah. Adapun pendekatan pendidikan ditujukan kepada orang-orang yang telah memeluk agama Islam, yaitu dengan memberikan pengetahuan dan penjelasan mendalam tentang Islam baik secara sembunyi-sembunyi maupun secara terang-terangan, tergantung situasi dan kondisi yang ada waktu itu.²⁰ Lalu, pendekatan penawaran dilakukan dalam rangka menawarkan perlindungan agama Islam sekaligus suaka dukungan keamanan dari kabilah yang berdatangan ke Mekkah untuk ziarah yang sudah dilakukan sejak zaman Nabi Ibrahim as.²¹ Sedangkan pendekatan misi dilakukan dengan mengirimkan utusan untuk menyebarkan ajaran agama Islam di berbagai wilayah dan negara.

¹⁸ Widji Saksosno, *Mengislamkan Tanah Jawa: Telaah atas Metode Dakwah Walisongo* (Bandung: Mizan, 1996), 88.

¹⁹ Ali Mustofa Yaqub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997), 124.

²⁰ Tempat yang pertama kali dijadikan sebagai tempat kajian adalah rumah sahabat al-Arqam b. Abī Arqam, kemudian beberapa tempat lainnya seperti *al-Suffah* (salah satu ruangan di Masjid Madinah), *Dār al-Qurrā'*, *Kuttāb*, maupun rumah Nabi sendiri. *Dār al-Qurrā'* akhirnya menjadi (semacam) pesantren pertama, dan *al-Suffah* sebagai wujud perguruan tinggi agama pertama kali. Lihat Ibid., 131-137.

²¹ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Modern* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), 62.

Sementara pendekatan korespondensi merupakan upaya penyiaran agama Islam melalui media surat-menyurat. Dalam catatan sejarah Nabi Muhammad telah mengirimkan 150 buah surat, yang bila dipilah akan menjadi 3 (tiga) kelompok surat, yaitu: surat berisi seruan untuk masuk Islam, surat berisi aturan-aturan dalam Islam, dan surat berisi hal-hal yang harus dilakukan non-Muslim dalam pemerintahan Islam.²² Pendekatan korespondensi, bila dipahami, sungguh sangat menarik karena sekalipun Nabi Muhammad adalah *ummi* (buta aksara) namun faktanya ia melakukan korespondensi. Sementara pendekatan diskusi merupakan pendekatan persuasif berupa adu argumentasi, dengan harapan melahirkan pendirian yang meyakinkan akan agama.²³

Responsif dan adaptif terhadap realitas lingkungan menjadi kunci dalam perkembangan dakwah. Demikian pula pada saat Indonesia mengalami penjajahan, sejarah mencatat bahwa ulama dan tokoh agama berperan aktif dalam merebut dan mempertahankan kemerdekaan. Para kiai dan haji tidak sedikit yang memimpin perlawanan terhadap penjajahan.²⁴ Ziemek, sebagaimana dikutip Ali Maschan Moesa, juga mengungkapkan bahwa banyak para pejuang kemerdekaan yang melawan penjajahan adalah para kiai, yang merasa mendapat ilham dan terpanggil untuk memprakarsai dan memimpin perlawanan.²⁵ Di sini nampak bahwa dakwah mengalami pergeseran paradigma menjadi gerakan perlawanan terhadap penjajah. Laskar Hizbullah, Sabilillah, atau Resolusi Jihad²⁶ adalah wujud konkret di mana energi dakwah lebih difokuskan pada perlawanan (jihad) pada masa penjajahan.

Pasca kemerdekaan awal (Orde Lama), gerakan dakwah tidak mengalami perubahan signifikan. Dengan demokrasi terpimpin Bung Karno yang membubarkan Masyumi menjadi pukulan berat bagi gerakan dakwah Islam saat itu. Walaupun NU diakomodir dalam konsep Nasakom Bung Karno, namun perkembangan dakwah

²² Yaqub, *Sejarah*, 181.

²³ Ibid., 215. Lihat juga Siti Muriah, *Metodologi*, 70.

²⁴ Martin van Bruinessen, *Tarekat Naqsabandiyah di Indonesia* (Bandung: Mizan, 1992), 27.

²⁵ Ali Maschan Moesa, *Kiai dan Politik dalam Wacana Civil Society* (Surabaya: LEPKISS, 1999), 72-73.

²⁶ Resolusi Jihad dikeluarkan oleh Nahdlatul Ulama (22 Oktober 1945) setelah mendengar kedatangan NICA untuk menjajah Indonesia kembali. Naskah lengkap Resolusi Jihad dapat dilihat dalam Bruinessen, *Tarekat*, 303-306.

semakin menurun, terlebih dengan berkembangnya ideologi komunis dalam kehidupan masyarakat.

Demikian pula pada masa awal Orde Baru (pemerintahan Soeharto) yang mengagungkan pembangunan sebagai jargon utama pemerintahan. Islam justru dianggap “menghalangi” pemerintah dalam mewujudkan pembangunan bangsa. Ketika asas tunggal Pancasila dipaksakan sebagai satu-satunya asas dalam semua aktivitas keagamaan, maka masjid yang diplot sebagai tempat ibadah umat Islam harus mendapatkan izin pemerintah, termasuk penceramahnya juga harus mendapatkan SIM (Surat Izin Mubaligh) dari pemerintah.

Di zaman Orde Baru, selama dua dasawarsa, umat Islam sering ditempatkan pada posisi *ideological spacegoat*, yakni dijadikan kambing hitam dalam persoalan politik. Dengan menggunakan Islam sebagai ideologi, umat Islam terus-menerus dicurigai akan mengancam prinsip-prinsip nasionalisme.²⁷

Model dakwah yang berkembang pun menjadi monoton, tidak ada perkembangan yang signifikan. Organisasi keagamaan (NU, Muhammadiyah, atau yang lainnya), Lembaga Pendidikan berbasis keagamaan (Ma'arif dan Muhammadiyah), atau Pondok Pesantren tetap berjalan walaupun dengan perkembangan terbatas. Keleluasaan dalam menuntut ilmu atau pengetahuan memang diberikan, namun pemerintah tetap menganggap bahwa urusan pemerintahan harus dijauhkan atau dipisahkan dengan urusan keagamaan. Baru pada tahun 1990-an, kehadiran ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) menunjukkan perubahan paradigma pemerintah. Agama justru dianggap penting bagi kelangsungan pemberdayaan masyarakat. Hasilnya Islam mulai sedikit leluasa dalam batas-batas tertentu dengan membaur dalam kehidupan bernegara, bahkan banyak di antara Kabinet Pembangunan Presiden Soeharto adalah anggota ICMI.

Runtuhnya Orde Baru dan bergulirnya Orde Reformasi membuka lebar-lebar kebebasan aktivitas beragama. Berbagai macam media mulai dimanfaatkan dalam berdakwah. Radio Islam mulai bermunculan, porsi siaran dakwah di televisi menjadi lebih banyak dan beragam mulai dari dialog hingga sinetron keagamaan, majalah Islam bermunculan dengan tema-tema aktual sekalipun kontroversial, semakin banyak buletin Jum'at beredar di masjid-masjid yang diproduksi oleh berbagai macam lembaga atau organisasi. Seseorang

²⁷ Ulfah Fajarini, “Mencari Alternatif Format Pemikiran Politik Islam di Indonesia”, *Mimbar Agama dan Budaya*, Vol. 17, No. 4 (2000), 59.

maupun organisasi atau lembaga keagamaan juga semakin leluasa untuk melakukan gerakan dakwah sesuai dengan model dan media masing-masing.

Gerakan dakwah dengan berbagai pendekatan dan media dari waktu ke waktu memang mengalami perkembangan, namun yang menjadi poin penting adalah bagaimana gerakan dakwah tersebut mampu berkembang mengikuti pola peradaban yang juga berkembang dengan pesat. Perkembangan peradaban dalam kehidupan masyarakat juga berimbas pada perkembangan peradaban gerakan dakwah. Jika beberapa tahun lalu kata dakwah masih identik dengan suatu hal yang menjemukan, di mana biasanya dakwah disampaikan dengan ceramah oleh seseorang (kiai, ulama, ustaz, atau sejenisnya) dengan penampilan berbaju koko, lengkap dengan kain sorban yang melingkar di lehernya serta sebuah peci yang menutupi kepala sebagai seorang juru dakwah. Yang menjadi alat utama dalam proses dakwah seperti ini adalah kelihaian (retorika) sang juru dakwah dalam menyampaikan materi dakwah yang dibumbui oleh *joke* atau humor yang menyenangkan *audiens*. Hingga sekarang pola dakwah yang demikian masih bertahan, namun peradaban dan perkembangan teknologi informasi mulai menggeser paradigma tersebut. Kehadiran radio, televisi ataupun media cetak menjadi salah satu pilihan sebagai media dalam dakwah. LCD/proyektor juga mulai membantu sebagai media agar *audiens* lebih paham dan mengerti apa yang ingin disampaikan seorang juru dakwah.

Kehadiran telepon seluler, juga dijadikan sebagai sebuah sarana untuk berdakwah. Melalui layanan pesan pendek, setiap saat seseorang dapat menerima sms yang berisi pesan-pesan rohani. Bila dahulu seseorang harus berdesak-desakan dalam sebuah forum untuk mendengarkan ceramah, maka melalui media ini kita dapat mendapatkan pesan rohani dengan mudah setiap saat. Demikian pula dengan kehadiran internet yang sangat digemari oleh sebagian kalangan saat ini, tidak menutup kemungkinan untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Bila yang disandarkan adalah *sampaikanlah walau satu ayat*, maka setiap orang yang memanfaatkan internet dapat menginformasikan satu ayat (Tuhan) sebagai bentuk berdakwah kepada orang lain. Ini akan menjadi menarik, bila ada satu juta Muslim yang memakai internet dan mengutarakan satu ayat, maka dalam dunia maya akan beredar bahasan dan wacana agama dengan sejuta tema (ayat).

Kehadiran internet sangat membantu seseorang dalam menemukan permasalahan-permasalahan keagamaan. Sebagai contoh, ketika ingin menemukan (kepastian) jawaban terhadap satu permasalahan agama, atau sekadar ingin mengetahui salah satu tema permasalahan terdapat dalam surat apa dan ayat berapa? maka akan lebih cepat menggunakan al-Qur'ân digital, dibandingkan harus membuka teks al-Qur'ân yang juga membutuhkan buku-buku tafsiran lainnya. Dengan cukup satu atau dua “klik”, maka tema yang menjadi permasalahan akan dapat cepat ditemukan hingga tafsir dari berbagai kalangan. Demikian pula dengan pencarian ḥadīth, internet juga akan sangat dengan cepat membantu menyodorkan ḥadīth-ḥadīth tertentu, bahkan hingga kesahihan ḥadīth (palsu atau tidak). Atau cukup dengan bantuan (program) *software al-maktabah al-shâmilah*, maka semuanya dapat dengan mudah ditelusuri jika dibandingkan dengan membuka kitabnya langsung. Semua kemudahan tersebut, ada dalam satu tempat “internet”.

Memang masih ada sebagian kalangan yang “mengharamkan” internet, dengan melihat manfaat dan bahayanya. Karena selain dapat membantu, internet juga dapat menjerumuskan setiap individu untuk membuka situs-situs yang memang tidak “dikendaki” agama (pornografi). Masih segar dalam ingatan, sebagian ulama yang tergabung dalam Forum Komunikasi Pondok Pesantren Putri (FMP3) se Jawa Timur-Madura menghasilkan rekomendasi kepada MUI, salah satunya agar mengeluarkan fatwa haram penggunaan *facebook* bagi umat Islam. Walaupun akhirnya dijelaskan bahwa pengharaman tersebut apabila dianggap berlebihan dan dijadikan media pertemanan “tanpa batas”. Rekomendasi ulama Jawa Timur tersebut tidak didukung sepenuhnya oleh ulama-ulama lainnya. MUI Kalimantan Selatan secara terbuka menegasi rekomendasi tersebut.²⁸ Haram dan tidaknya penggunaan internet sangat tergantung kepada masing-masing individu. Jangankan internet, sarung yang memiliki nilai manfaat utama untuk menjalankan salat, akan menjadi haram manakala digunakan untuk menutupi muka saat mencuri. Jadi, semua dikembalikan pada sejauh mana kemanfaatan penggunaannya, karena yang pasti, pemanfaatan dunia virtual dapat menjadikan dinamika yang positif dalam gerakan dakwah.

Kehadiran internet sebagai kemajuan teknologi informasi pantas mendapatkan apresiasi yang lebih bagi kalangan umat Islam. Realitas

²⁸ <http://regional.kompas.com/read/2009/05/24/08194589/facebook.haram>.

menunjukkan bahwa saat ini internet telah menjadi perpustakaan raksasa yang di dalamnya terdapat jutaan artikel, buku, jurnal, kliping, berita, info, foto, ataupun bentuk lainnya yang bernafaskan Islam, baik dapat *download* secara gratis maupun berbayar. Dengan demikian, sesungguhnya internet memberikan peluang yang sangat baik bagi gerakan dakwah, sebuah peradaban baru dalam dunia atau gerakan dakwah.

Hadirnya situs-situs yang “bernafas” religius (islami) tidak dapat dipungkiri sebagai fenomena baru dalam dunia dakwah. Dari sisi gerakan dakwah, ia dapat dimaknai sebagai sebuah dinamika positif karena kehadiran internet sebagai bentuk teknologi mutakhir mampu dimanfaatkan sebagai resolusi baru dalam berdakwah. Bila sekarang yang sedang digandrungi oleh sebagian besar pengguna internet adalah *facebook*, maka tidak salah bila ia kemudian digunakan sebagai media gerakan dakwah. Hal ini dapat dilihat dengan bermuncunya *group* atau *club* tertentu yang bernuansa islami. Ajakan yang ditawarkan oleh beberapa teman, baik itu kuis atau karakteristik tertentu yang bernuansa islami juga dapat dikategorikan sebagai salah satu gerakan dakwah. Misalnya sedekat apa karakteristik seseorang bila didekatkan dengan *asmâ’ al-husnâ*. Ini menunjukkan sebuah gerakan dakwah yang disadari atau tidak dapat digunakan sebagai wahana introspeksi diri.

Karena *facebook* adalah akun pertemanan atau jejaring sosial, maka gerakan dakwah dalam akun ini lebih banyak berupa ajakan untuk menjadi penggemar atau masuk *club* tertentu, yang juga sekaligus dapat menunjukkan eksistensi seseorang. Misalkan pada *I Love Allah*, hingga 15 Januari 2011 pukul 19.00 WIB jumlah orang yang menyukai atau menjadi klub ini sebanyak 544.024. Bila dibuka maka akun *I Love Allah*, hampir sama seperti akun *facebook* lainnya. Di dindingnya terdapat komentar-komentar atau pernyataan yang mengangungkan dan pewujudan pengakuan penghambaan terhadap Allah. Memberikan pernyataan ataupun memberikan komentar atas pernyataan orang lain, yang bernuansa religius adalah perwujudan gerakan dakwah. Di dalamnya juga terdapat ruang al-Qur’ân, yang bertujuan sebagai mesin pencari ayat, surat serta arti dari isi kandungan al-Qur’ân. Ada pula ruang diskusi, yang memuat berbagai macam tema-tema keislaman.

“Macapat Syafa’at”, “Berdakwah on Facebook”, “Haji Plus dan Umrah Gratis”, “Kenapa Takut Bid’ah”, “Shalawat Nabi”, adalah beberapa contoh akun *facebook* yang senantiasa mengirimkan ragam

pesan keagamaan bagi mereka yang bergabung di dalamnya. Pesan-pesan tersebut berisi tema-tema keislaman yang secara periodik dikirimkan, atau juga berisi jadwal kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Pesan-pesan keagamaan, yang sebagian besar bersumber dari al-Qur'ân dan Hadîth, menjadi sangat bermanfaat karena dapat dijadikan panduan dalam aktivitas sehari-hari. Sebagaimana yang terdapat dalam “Berdakwah on Facebook”, selain pesan yang dikirimkan, status dindingnya juga secara *up to date* berisi nasihat atau pesan-pesan keagamaan. Demikian pula dengan akun “Kenapa Takut Bid'ah”, setelah seseorang menjadi anggota atau penggemarnya, maka secara periodik dan terus-menerus dia akan dikirim pesan berisi pengetahuan keislaman baik itu berupa kisah Nabi atau sahabat, ataupun tafsir-tafsir kontemporer. *Facebook* juga menjadi tempat informatif aktivitas kegiatan ulama, atau lembaga pendidikan keagamaan, seperti: akun “Habib Lutfi” (Pekalongan, Jawa Tengah), selain petuah dari Habib Lutfi juga menampilkan aktivitas-aktivitas keagamaan terutama pengajian atau ceramah yang beliau lakukan. Akun “Jefri Al-Bukhari”, “Ponpes al-Hidayah”, “Ponpes Darussalam”, “Nahdlatul Ulama” adalah contoh lainnya yang memanfaatkan *facebook* sebagai sarana dalam berdakwah.

Dakwah kontemporer memang seharusnya mampu memanfaatkan teknologi informasi modern sebagai media berdakwah. Bila Walisongo mampu memodifikasi dan menciptakan kesenian sebagai media dakwah yang digemari saat itu (wayang kulit, suluk, primbon), maka dakwah saat ini pun harus *up to date* dengan mampu memanfaatkan teknologi dan informasi modern sebagai media dalam berdakwah.

Cyberdakwah: Cyberspace dan Agama

Ketika penulis membuka www.erasmuslim.com²⁹ ada berita yang cukup menarik perhatian, yaitu proses pernikahan Muslim Arab yang dilakukan via internet. Sang mempelai laki-laki, Ahmad Jamil Rajab (26) yang berada di Amerika dan mempelai perempuan, Wafa Suhaimi (24) yang berada di Jeddah melakukan *ijâb-qabûl* di depan penghulu Jeddah, Shaykh Âdil al-Damarî. Dengan bantuan layar *web-cam* yang dibesarkan melalui proyektor (LCD) Ahmad dapat melihat mempelai perempuan, wali, saksi, dan keluarganya. Demikian pula sebaliknya Ahmad dapat dilihat dengan jelas. Keterpisahan antara ruang dan

²⁹ Lihat www.erasmuslim.com (10 Mei 2009)

waktu tersebut tidak menghalangi keabsahan ritual pernikahan yang sakral tersebut.

Realitas tersebut menjadi sangat menarik, di mana untuk saat ini penggunaan internet bukan hanya dijadikan sebagai wahana informasi atau ruang imajinasi belaka, namun internet dapat dimanfaatkan sebagai sebuah sarana atau media untuk melakukan ritual bahkan menetapkan hukum keagamaan. Perkembangan peradaban teknologi dan informasi saat ini memang telah menjadi barometer dalam dinamika kehidupan masyarakat kini.

Mungkin inilah seperti apa yang dikatakan oleh Everett M. Rogers bahwa dalam masyarakat informasi maka sebagian besar warganya akan beraktivitas sebagai pekerja informasi.³⁰ Hal ini dapat terlihat sangat jelas saat ini, di mana media informasi termasuk internet telah menyajikan seluruh aspek kebutuhan kehidupan yang dikemas dalam berbagai varian. Seseorang akan merasa bangga, manakala tulisan di blog-nya dikunjungi, dibaca dan ditanggapi oleh banyak orang. Atau kini banyak sekali pengguna akun *facebook* sengaja untuk mencantumkan status yang “aneh-ane” yang terkadang sesungguhnya tidak ada sangkut-paut atau pengaruhnya terhadap orang lain, namun hanya untuk menarik perhatian orang lain untuk mengomentari statusnya.

Dunia *cyberspace* menjadi sindrom yang diminati oleh banyak kalangan di seluruh belahan dunia, dan mewujudkan hadirnya sebuah era digital dalam peradaban manusia. Setiap obsesi dan imajinasi dapat dituangkan di dalamnya. Menurut William Gibson, *cyberspace* diartikan sebagai sebuah halusinasi yang dialami jutaan orang setiap hari, (berupa) representasi grafis yang sangat kompleks dari data di dalam sistem pemikiran manusia yang diabstraksikan dari bank data setiap komputer,³¹ yang dipenuhi oleh ragam gagasan, pengetahuan, atau imajinasi yang dapat ditelusuri dan dilihat oleh siapapun di manapun dan kapanpun. *Cyberspace* menjadi ruang tempat kita berada ketika berselancar mengarungi dunia informasi global interaktif yaitu internet, yang dapat terhubung secara langsung bersamaan dengan siapapun dari belahan dunia manapun. Inilah yang menurut John Perry Batlow sebagaimana dikutip Zaleski, bahwa *cyberspace* merupakan ruang informasi interaktif yang memunculkan kesadaran

³⁰ Everett M. Rogers, *Communication Technology* (New York: The Free Press, 1986), 10 dan 32.

³¹ Mark Slouka, *Ruang yang Hilang*, 14.

kehadiran orang lain namun tanpa raga jasmani, yang dapat berkumpul secara bersamaan secara *real time* atau hampir *real time* dapat mengirim atau menerima pesan secara interaktif.³²

Ruang dalam *cyberspace* ini bukanlah ruang dalam bentuk fisik, melainkan dalam bentuk *data space*, sehingga dengan *cyberspace* manusia melepaskan diri dari dogma ruang fisik, namun menjadi ruang pikiran imaterial, karena saat seseorang memasuki *cyberspace* tubuhnya secara fisik tetap berada di atas kursi, namun pikiran dan jiwanya berada di alam lain, yang walaupun immaterial, namun nyata.³³

Cyberspace telah membawa manusia pada babak baru budaya dalam kehidupan masyarakat, dengan menawarkan pengalaman serta perasaan yang berbeda dengan dunia nyata. *Cyberspace* pada kenyataannya telah mampu menghasilkan perasaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan apa yang diperoleh dari dunia nyata. Menurut Piliang, setidaknya ada lima pembesaran efek (*amplification*) perasaan yang diperoleh dalam *cyberspace*: (1) perasaan meruang (*sense of space*), walaupun secara fisik tidak hadir, namun *cyberspace* adalah nyata, siapapun dapat hadir, dapat merasakan dan hidup di dalamnya, (2) perasaan nyata (*sense of real*), meskipun bersifat artifisial, namun *cyberspace* dapat menciptakan efek nyata pada setiap unturnya. Di sinilah *cyberspace* telah menghilangkan batas antara realitas dan fantasi, antara kenyataan dan halusinasi, (3) perasaan mandiri (*sense of the self*), dalam *cyberspace* dapat melahirkan pribadi-pribadi sesuai dengan yang diinginkannya. (4) perasaan mengkomunitas (*sense of the community*), dalam *cyberspace* dapat tercipta sebuah komunitas yang terdiri dari beribu bahkan berjuta orang di seluruh belahan dunia, dengan masing-masing dapat berperan, berpartisipasi serta berekspresi sesuai dengan keinginannya, dan (5) rasa navigasi atau berkuasa (*sense of power*), dalam *cyberspace* semua memiliki kekuatan yang sama dalam berekspresi secara bebas tanpa dibatasi oleh otoritas kekuasaan manapun.³⁴

Beragamnya informasi ditambah dengan kebebasan seluas-luasnya, membuat *cyberspace* menjadi ruang yang menawarkan budaya baru bagi setiap orang untuk mengetahui, berinteraksi dan berperan

³² Jeff Zaleski, *Spiritualitas Cyberspace: Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia* (Bandung: Mizan, 1999), 53-54.

³³ Yasraf Amir Piliang, *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 89.

³⁴ Ibid., 90-91.

dalam realitas tanpa batas, bukan hanya sekadar capaian visual namun juga perasaan dan pengalaman yang “nyata” walaupun secara jasmani tidak meninggalkan tempat semula. Bahkan saat ini sudah banyak orang memindahkan aktivitas (fisik) sehari-hari seperti bisnis, rapat, dialog, ngobrol, belanja, belajar, hiburan, hingga seks dengan memanfaatkan *cyberspace*. Bahkan *cyberspace* mampu membawa seseorang melakukan aktivitas yang berbeda dalam satu kesempatan, ia dapat berbelanja sambil rapat dan ngobrol dengan teman dalam waktu yang bersamaan.

Keberagaman informasi dan aktivitas kehidupan dalam *cyberspace* menjadikan model baru seseorang dalam melakukan aktivitas kehidupannya, mulai dari kegiatan yang sangat ringan hingga kegiatan yang serius, baik itu sebagai orang yang memberikan informasi maupun sebagai pencari informasi, termasuk di dalamnya kegiatan yang bersifat keagamaan. Agama dengan berbagai macam tema secara bebas hidup dalam *cyberspace*. Persinggungan antara agama dan *cyberspace* turut memberikan warna dalam dinamika kehidupan, agama menjadi semakin mudah diakses dan kitapun bebas memberikan kontribusi keberadaannya. Hadirnya situs-situs atau website, milis, jurnal, surat kabar yang bernuansa agama adalah bentuk dari apresiasi dan eksistensi hidupnya agama dalam *cyberspace*. Bagi Islam, pertemuan antara *cyberspace* dan agama menjadi sebuah fenomena baru dalam dunia dakwah. Di sini *cyberspace* dimaknai sebagai media atau perantara dalam menginformasikan nilai-nilai keagamaan (dakwah). Dengan demikian, dakwah menjadi memiliki jangkauan yang sangat luas, “tanpa batas”, dan dapat dinikmati oleh siapapun.

Dari sisi gerakan dakwah, ini dapat dimaknai sebagai sebuah dinamika yang positif karena kehadiran *cyberspace* sebagai bentuk perwujudan teknologi mutakhir mampu dimanfaatkan sebagai sebuah media untuk berdakwah. Dakwah yang dapat dipahami sebagai sebuah proses komunikasi menjadi sangat naif bila menghindar dari dunia *cyberspace* tersebut. Justru sebaliknya, umat Islam harus dapat memanfaatkannya sebagai sebuah gerakan (baik *profetik* maupun *sufistik*) untuk berdakwah. Keunggulan dunia maya yang dapat dengan cepat melakukan penelusuran terhadap informasi dan tema yang diinginkan dapat dimanfaatkan sebagai *tool* dalam kajian tema-tema tertentu.

Memanfaatkan *cyberspace* sebagai media berdakwah adalah bentuk dari sikap adaptif dakwah terhadap peradaban zaman. Sejarah

menunjukkan bahwa sikap adaptif terhadap pemanfaatan media dalam dakwah menjadi salah satu kunci sukses keberhasilan dakwah. Bila ditekuni secara profesional, maka internet atau *cyberspace* sesungguhnya dapat dijadikan sebagai media dakwah yang sangat menjanjikan. Dengan berbagai fasilitas dan keunggulan yang ada, semua kegiatan dapat dilakukan dan ditampilkan baik pasif maupun aktif (interaktif). Gerakan dakwah akan menjadi sangat luar biasa, masif dan progresif karena sangat berpotensi untuk “didengar” oleh jutaan manusia di seluruh belahan dunia manapun.

Dengan demikian, sesungguhnya *cyberspace* memberikan peluang yang sangat baik bagi gerakan dakwah, sebuah peradaban baru dalam dunia atau gerakan dakwah. Pertemuan antara *cyberspace* dan agama dalam bentuk pemanfaatan internet sebagai media dakwah inilah yang penulis sebut sebagai *cyberdakwah*. Bentuk, media dan model *cyberdakwah* pun sangat beragam mulai dari *mailing list*, *website*, *multiply*, maupun *blog*.

Kebebasan berkreasi dan beraktivitas dalam *cyberspace* tersebut menjadikan seseorang semakin leluasa untuk menuangkan ide dan kreativitasnya tanpa batas. Satu hal yang harus diperhatikan bahwa jika tidak dilandasi *mindset* yang sehat dan *fair*, maka hasilnya adalah dakwah-dakwah bernada tendensius, semangat menyalahkan kelompok lain dan mengagungkan kelompok sendiri, dengan “musuh utama” pihak Barat. Belum lagi adanya “kepentingan ideologis” di kalangan pendakwah yang berpotensi memicu kerancuan informasi dan rasa alergi terhadap kritik, sehingga umat Muslim maupun masyarakat umum mendapatkan informasi yang tidak proporsional dari para pendakwah Islam. Semua itu harus dipertimbangkan karena bila tidak, maka yang terjadi adalah perang opini yang memantik perpecahan. Dengan begitu, ruang virtual akan menjadi kegagalan dalam gerakan dakwah itu sendiri.

Kemampuan internet yang bersifat interaktif, menjadikannya sebagai sarana untuk “berdiskusi” secara langsung. Selain sebagai perpustakaan raksasa, *cyberdakwah* juga dapat dijadikan sebagai “masjid” atau majelis tempat berdiskusi, sehingga dengan *cyberdakwah* menjadi santri tidak lagi dilekatkan pada seseorang yang mengenakan sarung dan berpeci saja, namun siapapun mereka dapat belajar dan mendalami agama sesuai dengan keinginan mereka.

Cyberdakwah yang beredar dalam dunia maya sangatlah banyak dan beragam. Ratusan *website* atau situs³⁵ *cyberdakwah* dan milis “islami”³⁶ yang beroperasi di Indonesia menunjukkan antusiasme masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan internet sebagai media berdakwah. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kecenderungan memanfaatkan internet sebagai media dakwah telah menjadi bagian kehidupan dalam dunia maya. Artinya, hal ini membuka peluang yang cukup berarti bagi terciptanya dakwah digital dalam ruang maya, di mana tidak hanya sekadar menjadi kebanggaan peradaban saja, namun sekaligus membangun peradaban dakwah.

Penutup

Secara aksiologis, *cyberdakwah* menjadi opsi alternatif bagi perkembangan gerakan dakwah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi (internet). Ia menjadi salah satu wahana alternatif populer yang menjadi pilihan oleh sebagian kalangan, terutama masyarakat perkotaan. Kehadirannya sangat menarik untuk dikaji sebagai sebuah dinamika baru dalam gerakan dakwah. Terlebih bila melihat fenomena bahwa keberadaan internet telah begitu “membumi”, bahkan menjadi ‘candu’ bagi sebagian besar masyarakat, maka tidak menutup kemungkinan akan lahir generasi-generasi (Muslim) yang memahami prinsip dan dasar keagamaan melalui media *cyberdakwah*.

Dunia *cyber* adalah pilihan dari sekian media yang digunakan dan dikembangkan untuk mencapai tujuan “dakwah”. Fenomena ini menunjukkan bahwa memanfaatkan ruang virtual sebagai gerakan dakwah menjadi sebuah keniscayaan. Hanya saja perlu dilakukan kajian lanjutan sejauh mana efektivitas dan implikasi yang ditimbulkan dengan kehadiran internet yang membuka ruang sebebas-bebasnya.

Daftar Rujukan

- Bachtiar, Wardi. *Metode Tulisan Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos, 1997.
- Bruinessen, Martin van. *Tarekat Naqsabandiyah di Indonesia*. Bandung: Mizan, 1992.

³⁵ Dalam www.rupa2.com dapat dilihat bahwa jumlah website “Islami” di Indonesia berjumlah 53 buah, namun bila mengacu pada www.radionasyid.net, maka jumlahnya lebih dari 140 alamat yang dipilah berdasarkan “Seni Related”, “Media Related”, “Islamic Organizations”, “Materi Ke-Islam-an”, “Lain-lain Islami”, dan “Umum”.

³⁶ Untuk dapat melihat milis-milis yang membicarakan masalah Islam dapat dilihat dalam <http://www.indopubs.com> yang terbagi dalam 14 kategori dengan jumlah ratusan milis.

- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Toha Putra, 1989.
- Fajarini, Ulfah. "Mencari Alternatif Format Pemikiran Politik Islam di Indonesia", *Mimbar Agama dan Budaya*, Vol. 17, No. 4, 2000.
- Fiske, John. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- <http://internetworldstats>
- <http://regional.kompas.com>
- <http://www.indopubs.com>
- <http://www.rupa2.com>
- <http://www.vibizportal.com>
- Husain, Syekh Muhammad Khidr. *Ilmu Dakwah*, terj. Moh. Ali Azis. Jakarta: Kencana, 2004.
- Mahfûz, Shaykh 'Alî. *Hidâyat al-Murshidîn ilâ Turuq al-Wa'z wa al-Khiâbât*. Beirut: Dâr al-Ma'ârif, t.th.
- Moesa, Ali Maschan. *Kiai dan Politik dalam Wacana Civil Society*. Surabaya: LEPKISS, 1999.
- Mulkhan, Abdul Munir. *Paradigma Intelektual Muslim*. Yogyakarta: Sipsess, 1993.
- Munawir, Ahmad Warson. *Kamus Arab Indonesia*. Yogyakarta: al-Munawwir, 1984.
- Muriah, Siti. *Metodologi Dakwah Modern*. Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000.
- Natsir, M. dalam Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah Episud Kehidupan M. Natsir dan Aẓhar Basyir*. Yogyakarta: Sipsess, 1996.
- Partadiredja, Ace. "Dakwah Islam melalui Kebutuhan Pokok Manusia, Medium Lisan Cocok untuk Kelas Menengah", dalam Amrullah Ahmad (ed.). *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Bidang Penerbitan PLP2M, 1985.
- Piliang, Yasraf Amir. *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Risman, Abu dalam Amrullah Ahmad (ed.). *Dakwah Islam dan Transformasi Sosial-Budaya*. Yogyakarta: Bidang Penerbitan PLP2M, 1985.
- Rogers, Everett M. *Communication Technology*. New York: The Free Press, 2006.

- Saksono, Widji. *Mengislamkan Tanah Jawa: Telaah atas Metode Dakwah Walisongo*. Bandung: Mizan, 2006.
- Shihab, Alwi. *Islam Sufistik: Islam Pertama dan Pengaruhnya hingga Kini di Indonesia*. Bandung: Mizan, 2001.
- Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, 2004.
- Slouka, Mark. *Ruang yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*, terj. Zulfahmi Andri. Bandung: Mizan, 1999.
- Tim Penyusun Ensiklopedi Islam. *Ensiklopedi Islam I ABA-FAR*. Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Yaqub, Ali Mustofa. *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997.
- Zaleski, Jeff. *Spiritualitas Cyberspace: Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia*. Bandung: Mizan, 1999.